



**ANTENA 3 DE TELEVISIÓN, S.A.
JUNTA GENERAL ORDINARIA DE ACCIONISTAS**

30 de marzo de 2011

**Discurso del Excmo. Sr. D. José Manuel Lara Bosch
Presidente del Consejo de Administración**

Buenas tardes, señoras y señores accionistas:

Un año más el Consejo de Administración de Antena 3 les da la bienvenida y agradece su asistencia a esta junta general, en la que se examinarán y aprobarán las cuentas anuales del ejercicio 2010 y la aplicación del resultado conseguido el pasado año.

El Consejero Delegado de la sociedad será quien luego se ocupe de informarles a ustedes sobre los detalles de estas cuentas.

No obstante, quiero anticiparles que el resultado de 2010 ha sido bastante bueno y muy superior al que se obtuvo en el ejercicio anterior. El cambio en el modelo de financiación de la televisión pública de cobertura nacional ha liberado recursos de inversión publicitaria, de los que nos hemos beneficiado todos los operadores de televisión comercial. No se ha cumplido por tanto el pronóstico de que esa inversión publicitaria buscaría otros soportes, porque la televisión sigue siendo el medio imprescindible en cualquier campaña de comunicación dirigida al gran público.

El equipo directivo de Antena 3 ha sabido aprovechar eficazmente las oportunidades que han aparecido a lo largo del año, consiguiendo así rentabilizar de forma óptima los resultados de audiencia de nuestra familia de canales.

El beneficio neto obtenido en 2010 fue de casi 110 millones de euros, lo que supone un incremento del 80% respecto al del año anterior. El Consejo de Administración mantiene su política de máxima retribución a los accionistas y por ello les propone la aprobación de un nuevo dividendo de 0,25 euros, que se sumaría al que ya fue



abonado en el pasado mes de noviembre de 2010, por importe entonces de 0,20 euros, de modo que el dividendo total correspondiente al ejercicio 2010 sería de 0,45 euros, frente a los 0,23 euros del año anterior.

Junto a los buenos resultados de la televisión quiero destacar que el negocio de la radio del Grupo (Onda Cero y Europa FM) también mantuvo su estabilidad y consolida así lo ya conseguido en años anteriores, afianzando su segunda posición en audiencia y con la misma apuesta por una programación equilibrada, independiente y entretenida. Los oyentes nos siguen, y gracias a ese apoyo conseguimos inversiones de los anunciantes y respaldo social.

De lo sucedido en el pasado año 2010, merece destacarse que, por fin, se produjo el cambio regulatorio que el sector demandaba desde hace mucho tiempo, que era una necesidad imperiosa y que se ha concretado en la nueva Ley General de la Comunicación Audiovisual, vigente desde el pasado mes de mayo.

Esta ley atiende a la necesidad de integrar en una sola norma de carácter general, la pluralidad de regulaciones fragmentarias que se habían venido sucediendo y solapando, como consecuencia de cambios profundos en el modelo audiovisual, en todos los aspectos: económicos, tecnológicos, de contenidos, publicitarios, de televisión pública, etc.

Con esta nueva ley, y a pesar de sus limitaciones, los operadores contamos con un marco legal integrado y estable, que permite una visión estratégica a medio y largo plazo. Además, otorga mayor certeza y seguridad jurídica para afrontar con garantías los cambios que, sin duda, se seguirán produciendo, porque este sector ha estado y estará en permanente evolución.

El año 2010 ha sido también el año del adiós definitivo al mundo analógico, sustituido por la nueva tecnología digital. La transición pasó prácticamente desapercibida para los espectadores y esa es, a mi juicio, la mejor señal de su éxito y el mayor aplauso para el buen trabajo que se hizo previamente por parte de todos los implicados.



Este cambio ha supuesto la definitiva e irreversible fragmentación de las audiencias, como consecuencia de una oferta mucho más amplia y diversificada, sobre cuyo futuro tal vez sea prematuro pronunciarse. La experiencia nos está demostrando hasta qué punto es difícil conseguir la atención de la audiencia -cada día más exigente en sus expectativas de consumo- y los esfuerzos que eso requiere, tanto en talento creativo como en recursos económicos.

Sigo pensando que el número de operadores es excesivo y que el proceso de ajuste, mediante compras o fusiones, es inevitable, porque en ningún otro país de Europa hay una situación comparable.

En 2010 hemos lanzado NITRO, un nuevo canal orientado al público masculino, que completa nuestra familia de canales. Tanto NOVA (orientada a un público femenino) como NEOX (con un estilo juvenil y moderno) siguen consiguiendo buenos resultados de audiencia en sus respectivos públicos objetivos, de manera que la oferta de Antena 3 ha sabido adaptarse a esta nueva situación de audiencias fragmentadas, ofreciendo a los espectadores y a los anunciantes una programación complementaria en el conjunto de sus cuatro canales, con una permanente ambición de mejora y de liderazgo en todos ellos.

En el pasado mes de septiembre Antena 3 comenzó sus emisiones en Alta Definición, de modo que ahora conviven dos estándares de calidad de la señal: la que se recibe a través de los receptores TDT y la de Alta Definición, que está disponible para los espectadores que tengan un decodificador y receptor adecuado. Esta iniciativa de Antena 3 responde a su apuesta estratégica por ofrecer al espectador las máximas posibilidades tecnológicas, con el objetivo de mejorar su experiencia televisiva.

Antes de continuar con esta reflexión quiero recordar con ustedes que Antena 3 tiene su propio modelo de televisión y que vamos a seguir apostando por él. Hacemos una televisión divertida, independiente, variada, respetuosa, creativa y familiar. La audiencia que nos elige sabe que no vamos a defraudar su confianza en estos valores.



En nuestros programas no van a encontrar crispación gratuita, ni gritos, ni conflictos convertidos en espectáculos, ni peleas entre concursantes, ni nada parecido. Antena 3 es otra cosa, otra forma de ver la televisión. Y en esto no vamos a cambiar porque no queremos cambiar. Confiamos en nuestros anunciantes y en nuestra audiencia y nos alegramos de que también ellos confíen en nosotros.

Mantenemos el criterio que hemos defendido siempre y por eso seguimos creyendo que el mercado necesitaba ajustes y que las necesidades de la lógica empresarial no pueden ser condicionadas por una regulación restrictiva, como la que existía antes.

Recordado esto, también tenemos que añadir que las posibilidades reales de competencia entre operadores son un requisito imprescindible para garantizar la supervivencia de una oferta televisiva privada plural, diversificada y atractiva.

Los operadores comerciales estamos obligados a la rentabilidad y estamos acostumbrados a la competencia. No es por tanto un paisaje que nos preocupe o que nos inquiete. Pero son las propias reglas del mercado las que aseguran que la competencia real es la mejor garantía para la eficacia del sistema. Por eso reclamamos que las autoridades de competencia ejerzan con rigor su tarea de vigilancia y control, y que sean tenaces y diligentes en la supervisión del cumplimiento de los límites que ellas mismas han creído imprescindibles para no perturbar la libre competencia entre las empresas de televisión comercial.

Nos preocupa especialmente el poder que implica la integración de los negocios de televisión de pago y televisión comercial, puesto que de hecho supone una posición privilegiada de control para la futura adquisición de contenidos *premium* y su posterior explotación o distribución en distintas ventanas. Esta posición excepcional no es replicable para ninguna otra empresa del sector y por sí misma supone un grave riesgo potencial para la libre competencia.

En otro orden de cosas, la Fundación Antena 3 sigue siendo una pieza clave en nuestro modelo de responsabilidad corporativa y también la manifestación pública más



notoria y más visible de nuestro compromiso con la infancia. El canal de televisión FAN3 mantiene su oferta de entretenimiento para niños hospitalizados y se suma a otras actividades relacionadas con la seguridad vial, la formación de personas con capacidades reducidas o las acciones de voluntariado. La suma de todas ellas pone en valor el magnífico trabajo de la Fundación Antena 3 y confirma el acierto de nuestra apuesta para devolver a la sociedad una parte de su compromiso con los valores que todos compartimos y defendemos.

Mirando al presente más inmediato, cabe decir que en los primeros meses del año 2011 se está manteniendo el contexto general de crisis económica y la percepción internacional de España como un país que debe seguir aplicando ambiciosas reformas económicas. En tanto no desaparezcan estas incertidumbres el riesgo-país seguirá afectando negativamente a nuestras expectativas bursátiles y condicionando algunas oportunidades de crecimiento.

Quiero terminar esta intervención expresando mi felicitación y la de todo el Consejo a los directivos del Grupo y sobre todo a sus trabajadores y colaboradores, porque sabemos que han hecho un gran trabajo, con ilusión, con imaginación y con rigor profesional.

Como les decía antes cedo ahora la palabra al Consejero Delegado, don Silvio González, para que él les haga un repaso más detallado de los resultados económicos y de los hechos más significativos del pasado ejercicio 2010.

Muchas gracias a todos ustedes por su atención.